论约翰·B·汤普森媒介化日常生活的哲学反思

喻长友[1]

（黑龙江大学 哲学学院，黑龙江 哈尔滨，150080）

摘 要：当前伴随媒介化社会的纵深发展，大众媒介深度浸润了人们的日常生活，成为重构人们日常生活和形塑社会关系的重要变量，因此，日常生活媒介化问题成为媒介研究的重要问题域。约翰·B.汤普森围绕工业资本主义社会人的媒介化生存问题，敏锐地捕捉到“媒介化——现代性”这一曾经被忽视的现代社会特征，从现代性的视角对媒介化时空重塑日常生活、媒介化自我的生存悖论和媒介化传统重新扎根于日常生活等方面进行了全面探究，深层剖析了日常生活媒介化嬗变的形态表征和深层逻辑。研究汤普森的媒介化日常生活理论，为当前我国学界媒介化研究提供新的分析视角和社会批判路向，既有利于审视和反思当下中国媒介实践，又有利于促进中国传统文化的现代化转化。

关键词：大众媒介；媒介化；日常生活；传统；现代性；

英国知名的媒介研究专家约翰·B.汤普森从日常生活的维度对媒介化社会中人的生存问题进行了系统梳理和社会批判。他之所以关注媒介化日常生活，是因为伴随工业资本主义社会的发展，互联网以及多种形式移动网络通信的迅速崛起，大众媒介深度嵌入人们的日常生活，重塑了人们的生存环境，也出现了媒介化生存危机，因此，媒介化日常生活在本质上是一种媒介深度建构人们的生活方式和不断凸显人的媒介生存悖论的现代性表征，并且随着媒介技术的迭代升级，媒介化时空愈发地加深对人的日常生活的重塑和异化生存的危机。

一、媒介化时空：重塑日常生活的现代性图景

20 世纪以来，西方哲学出现了一种“回归日常生活”的潮流，

[1] 喻长友（1980—），男，讲师，湖北十堰人，现为黑龙江大学文化哲学博士研究生，研究方向为文化哲学和西方马克思主义媒介批判。本文系国家社会科学基金重点项目“当代俄罗斯马克思主义哲学前沿问题研究”（21AZX003）和 2022 年黑龙江大学校级博士研究生创新科研课题（YJSCX2022-012HLJU）的阶段性成果。联系电话：13636210628；

胡塞尔、海德格尔、列斐伏尔等哲学家建构了系统的日常生活批判理论，而日常生活媒介实践也是这一理论的重要主题。当前传播技术和交通工具的迭代升级改写了人们的媒介时空观。詹姆斯·罗尔在转述麦克卢汉的观点时指出：“每一种新的传播媒介都以独特的方式操纵着时空。”[1]在他看来，人们对时空的认知和感知受到所处时代媒介技术和其他科技水平的制约。对于人类媒介时空观的发展，汤普森认为大众媒介是现代社会发展的核心力量，以“媒介化”概念为研究的锚点，从现代性的视角反思日常生活媒介化这一社会景观，从媒介时空的维度深度分析了日常生活媒介化的内在逻辑，揭示了社会媒介化过程对文化传播和社会互动的深刻影响。

1. 生活时空的媒介化重置。现代性与人类时空观的改变密切相关。吉登斯指出：“早期报纸（以及所有种类的其他杂志和期刊）在把空间从地点中分离出来上发挥了重要作用，但由于印刷和电子媒介融合以后，这个过程才成为一种全球化的现象。”[2]在他看来，大众媒介是时空分离的重要影响因素，也是“现代性之极端动力”[3]。纵观人类传播史，我们发现媒介技术的发展演变不仅提高了人类信息传播的速度，而且让人类逐渐摆脱了时空的束缚，进入到更广阔、全球时空的领域之中。伊尼斯认为，所有传播媒介都是时空存在的，具有时空偏向性，譬如文字传播突破时空的域界，文字符号可以传递到空间的远方和时间的未来；电子媒介征服了空间，信息传播可以瞬间完成，故麦克卢汉提出了“媒介是人的延伸”的论断和“地球村”的概念，世界各民族国家因媒介技术彼此依赖、共生共存。汤普森也认同上述论断，他指出大众媒介具有“时空伸延”的特性，现代社会最为显著的媒介化后果就是社会生活的时空秩序被重构。他强调，大众媒介的发展推动了文化传播跨越时空远距离互动，如电子通信的出现导致了时空的分离，人们可以即时交流，在时间意义上具有同时性。因为象征形式货品的生产、传输和接收不在一个

共享时空社会环境内，与生产背景相脱离，这样生产与接受就具有一定的“时空离距”，需要通过技术媒介传输到遥远的时空的人们。汤普森指出：“新传播媒介和新交通工具的发展也影响了个体体验媒介化生活时空的方式。”[4]他深入分析上述媒介化时空重构所带来的多重现代性体验：一是媒介化的“历史性”，人们对过去的感知和记忆，越来越依赖于书籍、报纸、电影和电视等媒介传播，因此，大众媒介是历史记忆和历史信息的重要传承载体；二是媒介化的“世界性”，意味着人们的互动突破了时空邻近的局限，媒介化符号重塑了人们日常生活感知，并且日常认知的空间扩展到全球范围内；三是媒介化的“社会性”，在媒介化过程中，人们越来越倾向于认同被媒介产品和媒体机构所传播或组织起来的共同体。因此，现代性的媒介重置了生活时空。

2. 日常交往方式的媒介化转向。日常生活交往是人最本质的社会存在活动方式，是处于不断的动态发展演变中，而媒介是驱动社会交往方式变革的重要力量。哈贝马斯指出：“随着新传媒的出现，交往形式本身也发生了改变，它们的影响极具渗透力，超过了任何报刊所能达到的程度。”[5]伴随媒介技术的更迭加速，人们的生活方式、交往方式和思维方式发生了改变，汤普森对此进行了深度分析。他指出：“传播媒介的使用包括创造新的行为和互动形式、新的社会关系以及与他人和自己交往的新方式。”[6]在他看来，媒介技术的发展驱动了人们的媒介交往方式从面对面互动到媒介在线互动的转变。他根据“时空构成”“象征性暗示的范围”“互动程度”以及“行动方向”四个关键特征来区分媒介互动类型，指出了人们日常生活中存在面对面的互动（face-to-face interaction）、媒介化互动（mediated interaction）、媒介化的准互动（mediated interaction）和媒介在线互动（mediated online interaction）四种基本的互动类型，并详细分析了四种类型的不同特征（详见图表，根据汤普森的理论

进行整理）。

互动的类型	时空构成	象征性暗示的范围	互动程度	面向行动
面对面的互动	共同在场的情境	全部	对话的	共同在场的其他人
媒介互动	在时空中延伸	缩小	对话的	一对一的
媒介准互动	在时空中延伸	缩小	独白的	一对多
媒介在线互动	在时空中延伸	缩小	对话的	多对多

在日常生活中，我们与媒介共生共存。彼得斯指出：“世界上根本不存在任何摆脱了媒介的生命，而且‘嵌入在媒介中’倒是一个不错的人类境况。”[7]媒介技术的发展深刻影响人们的生活感知模式和社会交往方式，对此，汤普森从日常生活的维度进一步阐释和分析。他认为，人们日常生活中使用媒介技术与他人互动和交流的方式是动态变化的，这四种活动类型不是固定的、界限分明的，个人能够以融合不同类型特征的方式进行互动，不断地在它们之间移动、切换，至于选择使用哪种媒介很大程度上取决于他们希望与远方的人建立和维持的互动和人际关系。当前大多数社交网络都是多功能、多层面的平台，用户根据需求随时随地以各种方式与他人交流和互动。

3. 公私生活边界的媒介化消弭。个人隐私权保护是现代性发展的必然产物，然而在现代社会中，随着媒介技术的升级发展，公共领域和私人领域私边界逐渐消融。约书亚·梅罗维茨认为，传播媒介“更多地将个人的私下领地投进了公共场所”[8]。对此，汤普森指出：“通过提供信息给在时空分布上广大和分散的受众，大众传播技术媒体的配置也用于重构公、私生活之间的界线。”[9]也就是说，媒介技术的快速发展不仅使发生在公共领域的事件或私人领域人们活动在公共化过程变得更加公开、透明，而且它使人们在私人领域的

家庭背景中接受事件或人们的公开性，这就改变了公共性的性质和人们用来参与其中的方式，产生了传媒化公共事件和传媒化私人事件。他强调："依靠大众传播的技术媒体，现代社会的私人领域——特别私人家庭环境——已成为传媒化公开性的主要场所。"[10]一个家庭只要拥有一台电视，任何处在私人化家庭背景中的个人就可以进入到公共领域当中去，呈现出私人生活领域公共化现象。

4. 日常生活可见性的媒介化赋权。大众媒介不仅重构了不同的社会互动场景，而且创造了新的媒介展演与认知他人平台，扩大了人们的"可见性"范围，转变了"可见性"的呈现方式，凸显了现代性的表征。福柯指出，可见性是人们经常关注的原则，可见性与监视权力有关[11]；汤普森在信息传媒社会学理论框架中全面研究了媒介可见性。他认为，媒介可见性的兴起与媒介交流方式的变革有密切关系，尤其现代信息媒介促使了人们日常信息交往方式由面对面互动向媒介在线互动转变，产生了诸多"媒介可见性"（The new visibility）①。这种新型媒介可见性，媒介信息交流脱离了彼此共存的时空框架，人们的视域在空间得以拓展，在时间上加以延伸，可以实时实地进行交流，因此，这种新可见性由媒介本身的特性、一系列社会和技术因素和媒介所创造的各种新型交流类型所决定，具有单向互动性、多样差异性和共时跨时空的特性。媒介可见性的生成具有复杂性，它在社会生活中具有重要影响力和渗透力，逐渐成为重塑公共生活的重要政治力量，媒介可见性已成为日常生活斗争的武器，与政治权力产生复杂的纠葛关系。因为现代各种媒介技术快速发展，独立于国家权力的媒介机构广泛兴起，媒介信息环境密度更大、范围更广、信息流动速度快，占有媒介信息已经成为现代社会积极自我塑造的一种重要手段，但我们很难操控自身的媒介信息、形象和信息传播的后果。他指出："公众人物和机构竭力让自己或

---

①在对 "The new visibility" 的翻译中，罗金成翻译成"媒介可见性"，而徐方斌翻译成"媒体新视界"。

他人的声音和形象为公众听见或看见，因而媒体文字、形象和符号内容互相争宠。”[12]这样人们就越来越喜欢通过媒介获得可见性，以此提升自己的地位或扩大自己的影响力来助推自己的事业发展，一个人无法争取到媒介可见性，他就有可能默默无闻，消失在人们的视野中。由此可见，媒介可见性是一个双刃剑，传播媒介为政治人物生活实践提供了前所未有的自我展示机会，同时也带来了巨大的可见性风险。如果不能有效管理媒介可见性，就会出现了失言、泄密、骚乱和丑闻等出现。总之，汤普森以媒介为架构和方法，从日常生活的维度反思了现代性的日常生活图景，揭示了媒介化生活背景下人们的生存表征。

二、媒介化自我：反思“现代性”生活的重要维度

主体性是现代性的核心问题，“现代性凸显为主体性表现在三个方面：个人价值的确认，对神性的叛逆，以及主动性的全面提升。”[13]在媒介化社会中，大众媒介深度内嵌于人们的日常生活，媒介主体积极主动地在媒介化生活世界进行了身份建构，逐渐演变为一种媒介化自我。有学者指出：“媒介构成了我们的信息环境和延伸的神经，塑造着我们的生活形态。”[14]媒介化自我在媒介他者镜像中重塑了主体性，但也可能在媒介化世界中迷失了自己，呈现出现代性自我的生存悖论。

（一）“远距离非交互亲密关系”的双重效应

现代性让媒介自我得到释放，获得了更多的自由解放，但这也成为一项工程，需要自我积极去建构。有学者指出：“汤普森则认为现代自我是一项“符号工程”(a symbolic project）及远距离无回馈的亲密性。”[15]汤普森认为，媒介信息不仅成为一种滋养个人的有益资源，而且是改变自我呈现的方式，在跨越时空的媒介互动中，“远距离非交互亲密关系”才成为可能。因为这种媒介互动已经脱离了面对面、共享场所的互动性和交互性，是非对话的，这种亲密

形式在性质上是非交互的，因此，称之为“非面对面、非共享场所的远距离非交互的亲密关系”。他指出：“这种与众不同的非交互的远距离亲密关系对个人来说既有吸引力，也有代价。”[16]也就是说，通过媒介准互动的交往方式，我们可以认识远方的、随时进入自我生活时空的他人，可以同远方的他人相互娱乐和提供信息等，避免了通过面对面互动维持的关系所特有的交互要求和复杂性。汤普森强调，这种亲密关系也产生了很多负面效果。因为这种亲密关系摆脱了面对面互动所需对等的义务，可能演变成为一种日常生活依赖，媒介自我逐渐依赖远方的他人，他人成为自我无限崇拜对象，主体意识被他人深度控制和影响。波兹曼指出：“对那些过于依赖电视了解这个世界的年轻观众，在看电视新闻的时候，他们比任何其他观众群体都更愿意相信，所有关于残暴行为和死亡的报道都是夸大其词的，都不必当真或做出理智的反应”。[17]汤普森详细分析了“远距离非交互亲密关系”的利弊。他认为，成为一名粉丝是本能地组织自我和日常行为的一种方式，控制自己的大部分活动和与他人的互动。粉丝通过参加活动可以获得大量媒介产品，通过对这些产品的吸收、转换和整合到一个粉丝所在的符号世界中，这是一个与非粉丝世界分开的特殊生活世界。粉丝圈为什么充满吸引力？汤普森认为有以下方面的原因：一是成为粉丝的过程可以理解为一种自我行动规划，可以扩展和巩固“远距离非交互亲密关系”。二是粉丝圈有成为一个群体或社区的可能性，与其有相似取向的其他人发展社会关系网络的可能性。三是粉丝体验上瘾。粉丝越来越沉浸粉丝世界中无法自拔，个人在日常生活中变得越来越专注于培养与远方的人的亲密关系，这样参与粉丝活动变成一种强迫性的活动形式，并且无意从中解脱出来，自我生活逐渐失去管控，在消费社会中频频被收割。

（二）媒介受众积极在场的生活表征

在传播学研究版图中，受众研究一直处于传播学研究中的“首要地位”位置，丹尼斯·麦奎尔与瑞典斯文·温德尔指出：“受众从来就在大众传播研究中占据着中心地位。”[18]在媒介生活实践中，受众是消极被动，还是积极能动？学界产生了法兰克福学派的“消极受众说”和伯明翰学派的“积极受众说”[19]，基于此，汤普森批判了“受众是被动消费者”的错误认识，认为受众在日常生活中接受媒介产品是一个积极能动的自我阐释过程。他强调，过去很多媒介学者在理论上假设媒介信息接受是一个简单的过程，专注于分析媒体信息的内容和补充一些受众反应数据即可。这种研究方法严重低估了处于特定环境中的个人实际接收和使用媒介消息过程的复杂性，忽视了受众接受媒介信息与日常生活交互方式的密切联系。首先，接收媒介产品是人们日常生活的一个组成部分。在媒介信息接受活动中，受众为了达到自己目的，不限于特定的场所，积极主动地掌握并处理自己所接受的象征性材料，接受方式具有多样性和相对隐蔽的特征。在日常生活中接受和占有媒介信息的过程中，受众是主动的、创新性的内省式建构，把媒介信息逐渐编织到日常生活的象征性建构中。其次，媒介信息接收是一种情境化的活动。媒介产品的接收者总是处于特定的社会历史背景中，是能够与日常生活的实际环境保持一定距离的活动。这种接受活动取决于潜在接收者可用的权力和资源，是对相对稳定的权力关系和对各种积累资源的不同程度的获取。因为媒介产品的接收既是一项固定的日常活动外，也是一项熟练的技能，不同的技术媒介通常需要不同的技能和知识，不同的受众在接受过程中可能在某些方面存在社会差异和背景。正如莫利所说，“要想了解文本的意义，我们必须考虑它在特定条件下所接触的话语……由于不同读者用来理解文本的话语（知识、偏见、抗争等等）不同，所以也构建出不同的文本意义。”[20]也就说，受众的技能和知识作为社会习得的属性，在某些方面可能因群体或

阶层的、历史时期不同而有所不同。最后，媒介产品的接收从根本上说是一个自我阐释过程。受众对象征性材料的使用可能与这些材料的生产者本来的意图（如果有的话）大相径庭，接受者可能以与生产者的目标和意图完全不同的方式重新制作和阐述它们。如英国文化研究学派霍尔在编码和解码理论中提出的，不同的受众面对“编码”具有不同的解读方式，受众是积极意义生产的受众。大量媒介信息可以为个人提供以象征或想象的方式探索替代生活方式的手段，也可以为个人提供替代方案的体验，从而使他们能够批判地反思自己和他们生活的实际情况。在他看来，接收媒介产品的个人通常会参与一个解释的过程，受众往往将媒介符号融入自己对自己和他人的理解中，把符号形式作为反思和自我反省的工具，作为思考自己、他人和他们所属生活圈的基础。他使用术语“占有”来指这种理解和自我理解的扩展过程，积极吸收相关媒介信息，并把它融入到自己的生活中，将自己生活的各个方面与媒介信息的复述和他们对复述的信息的反应交织在一起。如保罗·威利斯指出：“尽管媒介吸引着某些特定阐释，但年轻人不仅学会了符码规则，而且还学会了如何玩弄符码阐释……文化媒介被当作工具，用来生产活力，提供和构建他们现有的、将有的认同的各种层面。”[21]

（三）媒介化主体的建构与消解

在一个日益被媒介产业产品渗透的生活世界里，自我展演的新舞台已经出现，正如孙玮所说，“媒介不仅仅是连接主客体的手段，它直接参与到主体的建构中……媒介化生存，正在成为人类的整体生存方式与日常生活状态。”[22]而汤普森也认为，媒介技术的飞速发展，媒介主体的呈现变得具有反思性和开放性，越来越依赖媒介资源建构自我。人们刚开始获得的知识是当地知识，通过口头交流的方式来满足实际生活的需要。但是随着媒介技术的发展，人们可以通过媒介获得更多的“非本地化的知识”，通过非本地知识和其

他种类的不断扩大媒介符号材料来建构自我，丰富和强化了内省式建构。随着可用于自我形成过程的符号资源的扩展，媒介主体的视野和象征性参照点不断变化，自我的内省式建构作为社会生活的一个特征变得越来越重要。

以符号材料为媒介的巨大扩张为自我建构开辟了新的可能性，但这种自我内省式建构也会产生令人不安的后果，出现了对媒介信息“宰制”，致使主体性的削弱与消解。马尔库塞指出：“在技术帷幕背后，呈现出人的尊严的丧失……在技术进步的鼎盛时期，我们看到的是对人类进步的否定。”[23]首先是意识形态信息的媒介入侵。媒介浸染了人们的日常生活，但这种介入具有隐蔽性，容易在日常生活中形成霸权，对媒介自我进行信息规训。汤普森指出：“媒介的发展极大地提高了跨越广阔的空间和时间传递潜在意识形态信息的能力……为意识形态信息侵入日常生活的实际环境创造了条件。”[24]在他看来，当媒介化的象征形式被反射性地纳入自我形成的建构中时，内省式建构的强化相当有利的意识形态作用。列斐伏尔指出：“‘消息’把观众淹没到了单调的新闻和时事性话题里，它们削弱观众的敏感性，销蚀观众求知的欲望。”[25]其次，媒介依赖症的双重束缚。大众媒介深度内嵌于人们日常生活的缝隙和空当，“媒介依赖症”成为当前一种新时代症候，波兹曼对此进行了深度批判，指出媒介依赖贯穿于整个媒介社会变迁中，尤其人们对印刷文化的依赖，“印刷品几乎是人们生活中唯一的消遣”。[26]在汤普森看来，虽然媒介产品的可用性有助于丰富自我的内省式建构，但也造成了媒介依赖的双重束缚：自我形成的过程，媒介符号形式越是丰富多样，自我就越是依赖于媒介系统，个人也变得越来越依赖于复杂的系统来生产和传播媒介象征形式，但大多数人对这些系统几乎没有控制权。“媒介以人察觉不到的方式塑造了人的无意识状态，使人‘温顺’地接受媒介带来的感官体验和行为影响，人的主

体意识在不自觉中被截除了。”[27]再者，符号超载的迷失效应。随着人们日常生活中媒介符号的大规模增长，社会环境越来越复杂，个人利用媒介材料建立了实用的专门知识系统，来应对现代社会的生活复杂需求。汤普森指出，媒介提供的信息种类繁多，会产生一种“符号超载”效应。在媒介日常生活中，主体面对的不仅仅是自我媒介叙事，而是面对的是无数媒介符号信息，在某些情况下，媒介主体会非常依赖媒介符号信息，并反射性地融入媒介自我建构，成为个人强烈和情感依恋的认同对象。“在媒介化生存的现实背景中，媒介不再仅仅是一种传播工具和流通中介，而是在人们的深度依赖甚至是迷信和盲从中，越来越显示出某些支配性和替代性的力量，成为人们的一种自发信仰。”[28]最后，媒介体验与日常生活的分离。汤普森认为，媒介能够给我们提供日常生活中无法得到的体验，但这种体验在很大程度上是远离日常生活或者日常生活碰不到的事件体验，是一种再情境化的体验，具有难以驾驭或者不受个人影响的行为，对此，鲍德里亚指出：“电视带来的‘信息’，并非它传送的画面，而是它造成的新的关系和感知模式、家庭和集团传统结构的改变。”[29]在日常生活中，像疾病、疯狂、死亡等社会现象从日常社会情境中分离出来，我们就处在一个体验能力与遭遇活动脱节的世界里，如今天很少有人会遇到被狙击火力击中或被迫击炮弹致残的人，但我们会在电视屏幕上目睹这种遭遇。

三、媒介化传统：扎根于日常生活的现代性机制

现代性的首要问题就是“去传统”的问题。伴随文化全球化的发展，大众媒介逐渐改变了象征性交换的性质和方式，重塑了人们的日常生活环境，也产生了传统与现代性的矛盾冲突。吉登斯指出：“现代性在其发展历史的大部分时期里，一方面它在消解传统，另一方面，它又在不断地重建传统。”[30]即现代性和传统不是简单对抗的关系，而是辩证互动的关系。媒介产品全球传播是否摧毁了传

统的生活方式？汤普森从“传统的本质”和“传统发展的媒介角色”两个维度加以分析，认为在现代性的发展中，传统不会因现代媒介技术的发展而消失，相反它会重新扎根人们的日常生活。

（一）从“传统的本质”来看，传统并没有在人们日常生活中逐渐消失。

伴随现代社会的飞速发展，文化传统在人们的日常生活中是回归，还是消逝？很多古典社会理论家认为，在现代性发展过程中，传统在社会生活中的地位不可逆转地下降。譬如马克思·韦伯认为，工业资本主义的发展必然伴随传统的消亡，要摒弃传统宗教思想，研究现代化理论的社会学家贝克和吉登斯也进一步发展了这种思想。他们认为，现代社会发展正在“去传统化”，传统虽然没有在现代社会实践消失，但它已经丧失了原有的地位等。对此，汤普森认为，这些社会学理论家关于“传统在现代社会发展中下降”的假设是各种因素相互交互的结果。因为这些古典社会理论都是启蒙思想的产物，将传统置于理性的对面而摒弃，所以现代社会的发展包含了一种内在的破坏传统的动力，即传统是启蒙的敌人和过去的“遗产”，必将用理性的名义加以批判和消除，被现代社会所激发的活力所摧毁，哈贝马斯指出：“由于现代认为自身与传统是相对立的……现代性必须根据自己所剩下的唯一的权威，即理性，来巩固自己的地位。因为单纯在启蒙的名义之下，现代性就贬低并克服了传统。”[31]汤普森认同哈贝马斯的观点，他指出古典和现代社会理论家“传统在现代生活作用中下降”的观点存在两个方面的问题：一是这些学者没有看到20世纪后期某些传统和宗教信仰仍然存在，并没有被现代社会所消解；同时传统的留存并不是对过去的回归、对落后灵魂的庇护和对传统消失的顽强抵抗。二是很少注意到媒介对传统的影响。他们普遍认为资本主义经济活动和理性活动已经对传统的生活方式产生了直接和间接的破坏作用，没有注意到媒介在传统生活方

式扮演的重要角色，媒介技术促进了传统的延续与发展。美国社会学家爱德华·希尔斯指出："任何叫做传统东西都不是一个整体，它的每一部分都要经过接受、修改或抵制这样一个过程……当他们看来在进行抵制时，他们仍然保留相当一部分传统。显然，即使那些宣称要与自己的社会过去做彻底决裂的革命者，也难逃过去的掌心。"[32]即传统是在社会发展中能动选择的结果，是不断发展创新的过程，具有一定的稳定性和延续性。

同时汤普森从"传统"的本质加以论证"传统会扎根于人们日常生活"。关于"传统"的本质，不同的学者具有不同的看法。爱德华·希尔斯认为传统是"传统是有价值生活的必要构成部分"[33]，在内外因素作用下，传统在传播过程中会发生变迁、代代相传。拉普卜特认为"传统必须依靠人为主体来得以传承"[34]。对此问题，汤普森进行了批判反思，认为传统会在媒介中介下重新回归日常生活。他从"解释学层面""规范层面""认受层面"和"身份认同"等深描"传统的本质"，认为传统能深度内嵌于人们的日常生活。他认为，从解释学层面来看，传统是一种解释机制，为人们理解世界提供了框架和背景；从规范性层面来看，从过去生活中传承下来一系列假设、信仰习俗和行为规范，可以成为人们日常生活中的行动指南。从认受层面来看，根据韦伯的"个人魅力型、传统型和法理型"的权威理论，在某些情况下传统具有明显的政治性质，可以被用来维护社会权力关系。从身份认同层面来看，过去传承下来的价值观、信仰习俗和行为模式都为个人认同和集体认同提供了很多象征材料，随着传播媒介的发展，对文化身份认同产生重要影响，总之，传统不会随社会的发展而消失，会发生变迁、创新性转换。

（二）从传播学来看，大众媒介在传统的更新与发展中扮演重要角色。

在传统社会向现代社会过渡过程中，尽管困难重重，但是每一

个国家地区都无法抗拒现代化的诱惑，“都在试图摆脱传统的束缚，以全新的现代化姿态跻身于现代社会之列”[35]，很多专家学者加以研讨，经典现代化理论代表丹尼尔·勒纳在《传统社会的消失》中分析了大众传播与社会的关系，认为从传统向现代发展过程中，大众媒介是社会发展的“奇妙放大器”，在加速社会的发展、提升社会现代化的程度和塑造人们生活产生重大影响。[36]对于勒纳的论点，汤普森进行分析批判，认为勒纳对“媒介在现代社会崛起、文化转型扮演着重要角色”阐释是古典社会学理论的有益解毒剂，但这种阐释过于绝对，过于倾向于现代化理论，譬如没有预见到伊斯兰教的持久性意义等。在他看来，伴随人类社会和媒介技术的发展，传统的合法性和规范性方面在下降，然而在其他方面，传统在现代世界保留它的意义：作为一种理解世界的手段和创造一种归属感的方式。他认为，传统的转变与传播媒介的发展有着根本性的联系，二者的联系具有双重性：一方面传播媒介的发展促进了传统权威和传统行动礼仪的衰落；另一方面，新的传播媒介也提供了将传统从共享的公共区域分离开来的手段，从而为传统的更新创造了条件。“虽然传统保留了它的意义，但它已经以一种关键的方式发生了转变：构成传统的符号材料的传播已经越来越脱离共享场所的社会互动。传统不会消失，但它们在日常生活的共享场所失去了羁绊。”[37]即传统从共享场所中脱离出来，并不意味着可以自由流动，它反而重新嵌入新的生活环境，扎根于新的生活沃土，重新发展起来。

汤普森指出：“我们要抛弃这样一种观点——接触媒介必然会导致放弃‘传统’的生活方式，而采用‘现代’的生活方式……传播媒介不仅可以挑战和破坏传统的价值观和信仰，也可以用来延续和巩固传统。”[38]即媒介的发展并没有使传统消亡，而且从某些方面改变了传统，传统越来越依赖于非面对面的传播形式。因为许多媒介交流形式在某种程度上都将符号内容固定在物质载体上，赋予

了媒介内容的持久性，而这种持久性在面对面的互动式是不可持续的，所以传统价值观和信仰的维系逐渐依赖于媒介产品的互动形式，传统逐渐变得非仪式化了，但这不意味着媒介意识元素从传统中消除，许多传统仍然与家庭、学校和其他机构环境中日常生活密切接触。在某种程度上，传统的传播越来越依赖于媒介传统传播形式，逐渐获得了一定的自主权、独立性，能够独立于代代相传的个人而存在持续。在媒介发展之前，传统植根于个人日常生活所处的空间环境，具有坚实的生活根基；随着传统越来越依赖于媒介传播形式来维持和代代相传，传统逐渐部分地非本地化。但它们并没有被非属地化，他们被塑造、创新发展，重新在地化发展，并与超越面对面互动限制的领土单位重新连接、延续发展。历史上的移民人口、游牧传统的生活经验，就印证了传播媒介在维系和更新传统中发挥中重要作用，创造了丰富多样的文化景观。

四．汤普森日常生活媒介化理论的当代价值

随着媒介技术的飞速发展，媒介全面浸润了人们的日常生活，改写了人们的媒介生活实践，汤普森深入探讨了媒介技术的迭代升级驱动了社会的发展变迁，前瞻性地分析了日常生活媒介化理论，但这种日常生活媒介化理论产生在西方工业资本主义社会语境，主要探讨以广播电视为主要媒介所造成的媒介化互动、媒介化自我和媒介化传统，没有考虑到当前移动网络等传播技术的普及，如媒介化互动方式、媒介化自我生存悖论没有反映新型媒介对人们的日常生活的深刻影响，具有一定的时代局限性。同时汤普森从媒介出发探究社会变迁和社会互动行为的演变，将媒介置于现代社会发展的中心位置，存在一定的泛媒介化的倾向。有学者指出：“总而言之，汤普森重视媒介，认为媒介调节现代社会的方方面面。综览其书，可发现他将‘媒介化’(mediated）一词加诸历史性、世界性、社会性、类互动、公共性、可见性和体验等多个词语之前。继而，他将‘媒介

化的’这一特征上升至‘泛媒介化’(mediazation）这一普遍现象，分析‘文化的泛媒介化’或‘传统的泛媒介化’。”[39]也就是说，汤普森在一定程度上以媒介为中心进行社会本体论的考察，将媒介与社会发展变革的关系考虑得过于简单，过于强调媒介的社会发展作用，没有思考到社会发展的经济、政治和文化因素。虽然汤普森媒介化日常生活理论存在多种多样的不足，但是它可以审视和反思当下中国媒介实践，也可以为中国媒介本土化探索提供借鉴与参考。

（一）**汤普森媒介化生活理论拓展了媒介化研究范式。**当前人类社会进入了深度媒介化时期，传统的媒介研究已经无法全面阐释媒介对社会生活的影响，欧陆传播学界发展起了一种“媒介化”研究范式。夏瓦等学者指出：“当前，媒介化已经成为一个思考媒介、文化和社会互动关系的重要概念和理论框架。”[40]汤普森虽然没有明确归为媒介化研究学者，但通过梳理他的文本，我们发现他开始媒介化研究的端倪。他采用社会建构的视角，在具体的社会化情境中研究媒介对社会的影响，指出媒介在驱动社会变革的重要作用，并全面分析了媒介对人们日常社交方式、自我建构以及社会关系的重构。有学者指出：“从社会学家到传媒研究专家，变化的是汤普森具体的研究焦点，不变的是汤普森一直以来对媒介与社会生活的观照。”[41]尤其他分析媒介改变了人们日常生活的呈现方式和运行机制，对媒介产生的负面生活后果进行了批判，这就我国媒介化研究提供了新视野和新思路。

（二）汤普森媒介日常生活理论的实践价值在于重塑人的媒介主体性。传播全球化的崛起逐渐改变了人们日常生活的经验性内容，媒介文化所裹挟的种种症候逐步入侵人们的精神世界，人的媒介化生存日益加剧。对此，汤普森关注人的媒介化生存，不是一味地进行日常生活媒介化批判，而是发掘了媒介变革中促进了面向“人”的互动交流方式变革，挖掘和诠释了媒介背后人的主体性。他认为

受众接受媒介产品，不是消极被动的主体，而是积极能动的主体，对媒介产品能够协商、解读和自我防御，在日常生活中能够积极自我呈现和建构，获得更多的媒介可见性和媒介生活体验，有学者指出：“汤普森看到了媒介变迁作为一种社会重构过程的‘有我’的特性，他始终强调接受者在文化传播与社会互动中的主动性与创造性，媒介因此便不是完全自律的，主体性的视角重新浮现出来。”[42]即彰显媒介主体是汤普森的一个重要学术价值，这为当下中国媒介化本土研究提供了一个关键性的维度。

（三）汤普森关于媒介化日常生活的研究对于当前中国传统文化现代化建设具有一定的理论启示意义。在汤普森看来，在媒介化社会中，传统并没有在现代化过程消失，也没有在日常生活的实际环境中失去扎根之处或失去生命，反而通过媒介将传统重新嵌入到新环境中、重新扎根到超越面对面互动媒体符号交流中，为传统扩展与更新铺平了道路，这就启示我们要促进中国传统文化日常生活化，让传统文化在当代传播中传承创新、延续生长。习近平指出：“孝悌忠信、礼义廉耻、仁者爱人、与人为善、天人合一、道法自然、自强不息等，至今仍然深深影响着中国人的生活。”[43]也就是说，在全球文化多元化发展背景下，我们要打破传统文化的时空场景，在日常生活的情境中促进中国传统文化创新性发展和创造性转化，在时代精神激发下赋予传统现代性内涵和现代化表达，充分激活传统文化的生命力。

综上所述，约翰·B.汤普森媒介化日常生活理论的核心特质在于其与时代发展的契合性和前瞻性预判，其理论本质上是从日常生活的维度对西方媒介理论研究进行了视域创新和研究空间的拓展。因此，对于媒介化日常生活批判不仅仅是当前媒介异化的批判，更为重要的是其对资本主义社会发展本身的批判，是对媒介逻辑浸染人们日常生活的批判。

参考文献

[1]［美］詹姆斯·罗尔，媒介、传播、文化——一个全球性的途径[M]，董洪川译，商务印书馆，2005：44。

[2]安东尼·吉登斯.民族—国家与暴力[M].胡宗泽、赵力涛译，北京：生活·读书·新知三联书店，1998：27,

[3]安东尼·吉登斯．现代性的后果［M］．田禾译．南京：译林出版社，2000：17。

[5]［德］尤根·哈贝马斯.公共领域的结构转型[M]，曹卫东等译，上海：学林出版社，1999：196。

[6] John B Thompson. Mediated Interaction in the Digital Age, Theory, Culture and Society, vol. 27, no. 1 (2020), p. 1-26.

[7]［美］彼得斯．奇云：媒介即存有[M].邓建国译．上海：复旦大学出版社，2020：53.

[8]［美］约书亚·梅罗维茨.消失的地域：电子媒介对社会行为的影响[M].肖志军译，北京：清华大学出版社，2002：84。

[9][英]约翰·B.汤普森.意识形态与现代文化[M].张志强等译.江苏：译林出版社，2014：237.

[10][英]约翰·B.汤姆逊.媒体新视界，徐方斌译，马克思主义美学研究[J]，2009（12）：117-131.

[11]胡翼青、王焕超，媒介理论范式的兴起:基于不同学派的比较分析[J]，现代传播，2020(4):24-30.

[12][英]约翰·B.汤姆逊.媒体新视界，徐方斌译，马克思主义美学研究[J]，2009（12）：117-131.

[13]何华征，现代性与新媒体生存的哲学研究，重庆邮电大学学报（社会科学版），2016（3）：99-107.

[14]李思屈.传媒运作与日常生活的三重结构[J]，西南民族大学学报·人文社科版，2005（3）：262-268.

[15][39]马杰伟、张潇潇，媒体现代---传播学与社会学的对话，上海：复旦大学出版社，2011：73、65.

[16]盛立民.文化工业受众的特质分析—基于法兰克福学派与伯明翰学派相比较的视角[J]，自然辩证法研究，2017(3).

[17]［美］尼尔·波兹曼著，娱乐至死［M］，章艳译，北京：中信出版社，2015：125、

13、50.
[18][英]丹尼斯·麦奎尔,[瑞典]斯文·温德尔.大众传播模式论（第 2 版）[M].祝建华,译.上海:上海译文出版社,2008,3:116.
[4][19][24] John B Thompson. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Cambridge: Polity; Stanford: Stanford University Press, 1995:37、219、216、208、185、191.
[20][英]戴维·莫利. 电视、受众与文化研究[M]. 史安斌主译. 北京：新华出版社，2005. 98.
[21]陶东风编. 粉丝文化读本[M]. 北京：北京大学出版社，2009：63-64.
[22]孙玮，媒介化生存：文明转型与新型人类的诞生，探索与争鸣，2020（6）:15-17.
[23] MARCUSE H . Counterrevolution and revolt［M］.Boston: Beacon press，1972:14
[25][法]亨利·列斐伏尔，日常生活批判（第二卷）, 北京：社会科学文献出版社，2018：301.
[26]张涛甫，信息超载 知识失能[J]，新闻大学，2022（8）:1-10.
[27]邵培仁等，媒介理论前沿[M]，杭州：浙江大学出版社，2009：149.
[28][法]亨利·列斐伏尔.日常生活批判（第 2 卷）[M]，北京：社会科学出版社，2018：301。
[29][法]让·鲍德里亚.消费社会[M].刘成富，全志刚译.南京：南京大学出版社，2001：132
[30]乌尔里希·贝克、安东尼·吉登斯、斯科特·拉什著，自反性现代化———现代社会秩序中的政治、传统与美学[M]，赵文书译，北京：商务印书馆，2001：72。
[31]于尔根·哈贝马斯，后民族结构[M]，曹卫东译，上海：上海人民出版社，2002：179-180。
[32][33][美]爱德华.希尔斯.论传统[M]，付铿译，上海人民出版社，2009：59-60、354。
[34] Rapoport A. On the attributes of tradition[M],dwellings, Settlements and Tradition: Cross-Cultural Perspectives. Berkeley, CA: University Press of America; International Association for the Study of Traditional Environments,1989:77-105.
[35] Daniel lerner, The Passing of Traditional Society. Preface to the Paperback Edition. vii.
[36]郭建斌、吴飞，中外传播学名著导读之《传统社会的消逝—中东现代化导读》[M]，浙江大学出版社，2005：139-172。
[37]［38］ John B Thompson. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Cambridge: Polity; Stanford: Stanford University Press, 1995:191、195.

[41] Andreass Hepp, Stig Hjarvard, Knut Lundby . "Mediatization: Theorizing the Interplay between Media Culture and Society", Media, Culture＆Society, 2015, 37(2):315 .
[42]潘一棵. 人是出版的主体——约翰•B. 汤普森出版思想研究[N]，浙江大学硕士论文，2021（6）：2.
[43]习近平，习近平在布鲁日欧洲学院的演讲（全文）[N]，新华网，2014 年 4 月 1 日。

On the philosophical reflection of John B Thompson in his daily life

Changyou Yu
(Heilongjiang University, Harbin 150080, China, School of Philosophy)

Abstract: Due to the extensive growth of a media-oriented society, mass media has profoundly invaded people's daily lives and become a significant variable in reconstructing people's everyday lives and shaping social connections. As a result, the media-related problem of daily living has evolved into a social development factor that needs to be addressed in media studies. John B. Thompson focuses on the media survival of human beings in industrial capitalist society, subtly captures mediatization--modernity, a characteristic of modern society used to be neglected, comprehensively studies the reconstruction of mediated space-time to daily life, the paradox of the existence of the mediated self, and the re-rooted tradition in everyday life from the perspective of modernity, and deeply analyzes the morphological representation and profound media logic of the evolution of daily life through media. Thompson's media-oriented everyday life theory provides a new perspective of analysis and a new direction of social criticism for current media research in Chinese academia, which is not only conducive to examining and reflecting on current media practice in China but also conducive to expanding and extending China's media theory research's spatial theory.

Keywords: mass media, mediatization, daily life, tradition, modernity